

V I D E O C L I P S

&
CANALES
MUSICALES



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



Carrera: Publicidad

Materia: Seminario de Investigación

Titular: Profesor Juan Bautista GONZALEZ SABORIDO

Alumno: Alejandro Gustavo GRELA

Tema: Clips y canales musicales

Mes y año: julio de 1997

- Agradecimientos: al Periodista Eduardo Fabregat por permitirme acceder a su valioso archivo; a Nicolás Manoilloff por conectarme con gente de medios como Atlántida, Clarín, Página 12, V.C.C. y Cablevisión; al Profesor Juan Bautista González Saborido por su orientación hacia el logro de los objetivos propuestos, a Juan Cebrián de Music 21 y a todo el personal de Much Music por su inagotable paciencia.

¿Por qué elegí este tema?

Porque me reconozco como un ávido consumidor de estos medios (casi adicto) y tengo el afán de poder, algún día, desempeñarme profesionalmente en alguno de ellos. Es para mí una condición sine qua non estar preparado e informado acerca del funcionamiento del mercado para cuando llegue ese momento.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INDICE

INTRODUCCION:.....	Pág. 1
--------------------	--------

CAPITULO 1:

EL VIDEO CLIP.....	Pág. 2
CARACTERISTICAS.....	Pág 2
LA CULTURA CLIP EN EL CINE.....	Pág 4

CAPITULO 2:

UN POCO DE HISTORIA.....	Pág 6
--------------------------	-------

CAPITULO 3:

OFERTA MUSICAL EN LA T.V. POR CABLE.....	Pág 7
MEDICIONES.....	Pág 8
SEÑALES MUSICALES.....	Pág 8

CAPITULO 4:

MTV LA JOYA DEL IMPERIO VIACOM.....	Pág 12
MTV EN EL MUNDO.....	Pág 13
MTV LATINO.....	Pág 14
EL ALCANCE DE MTV.....	Pág. 16

CAPITULO 5:

MUCH MUSIC: ESTACION MUSICAL DE TU NACION.....	Pág. 18
--	---------

CAPITULO 6:

A LA CONQUISTA DEL MERCADO.....	Pág. 20
MTV SINTETIZA LOS GUSTOS LATINOS.....	Pág 21

CONTROLES.....	Pág. 24
MUCH MUSIC: EL CANAL QUE MAS NOS REPRESENTA.....	Pág 26

CAPITULO 7:

LA PROGRAMACION.....	Pág 29
----------------------	--------

CAPITULO 8:

DEL DISCK JOCKEY AL VIDEO JOCKEY.....	Pág 35
RUTH Y ANA MARIA.....	Pág 35
DE MUSICO A VIDEO JOCKEY.....	Pág 37

CAPITULO 9:

PERFIL DE LOS CONSUMIDORES.....	Pág. 40
---------------------------------	---------

CAPITULO 10:

CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA DEL CLIP EN LA ARGENTINA.....	Pág 46
LOS TIEMPOS DEL PRODUCTO.....	Pág 47
LOS REALIZADORES.....	Pág 48
DIVISORIA DE AGUAS: PUBLICITARIOS VS. GASOLEROS.....	Pág. 48

CAPITULO 11:

CONCLUSIONES.....	Pág 50
BIBLIOGRAFIA.....	Pág 57

INTRODUCCION:

En un principio fue la música, y luego la imagen fija de las fotografías. Con el advenimiento del videoclip, la industria musical encontró un poderoso vehículo para mostrar -y ante todo vender- la obra de los artistas del mundo.

Hoy, en la Argentina, tres canales dedicados a la cultura clip se disputan las preferencias de un público cada vez mas numeroso y ávido de consumir. Estos son Much Music, MTV Latino y Music 21

En este trabajo intentaré sumergirme en lo más profundo de la industria del clip junto al gran negocio que la envuelve, tratando de develar el porque de su alto grado de consumo y la clave de su éxito.